

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VELG MOTOR
PADA CV. MORODADI SURABAYA**



Oleh :

ALDI WAHYU GRIGORIAS

NPM: 12.1.02.05602

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2016

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VELG MOTOR
PADA CV. MORODADI SURABAYA**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen
Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**

Oleh:

ALDI WAHYU GRIGORIAS

NPM: 12.1.02.05602

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA**

2016

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VELG MOTOR
PADA CV. MORODADI SURABAYA**

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

ALDI WAHYU GRIGORIAS
NPM : 12.1.02.05602

Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji
Pada tanggal 17 September 2016

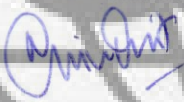
Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Hendry Sukotjo, S.E., M.M.
Anggota : 1. Winarningsih, S.H., M.M.
2. Dr. Anindhya Budiarti, S.E., M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima
Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Dr. Anindhya Budiarti, S.E., M.M.


Dr. Triyonowati, M.Si

Ketua STIESIA


Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak. CA

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : ALDI WAHYU GRIGORIAS

N.P.M : 12.1.02.05602

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VELG MOTOR PADA CV. MORODADI SURABAYA

Dan diajukan untuk diuji pada tanggal 17 September 2016, adalah hasil karya saya

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah – olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak sengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan karya orang lain seolah – olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 17 September 2016

Yang membuat pernyataan



Aldi Wahyu Grigorias

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Aldi Wahyu Grigorias
NPM : 12.1.02.05602
Program Studi : S1 Manajemen
Tempat/ Tanggal Lahir : Surabaya, 16 Mei 1994
Agama : Islam
Jumlah Saudara/ Anak ke : Tunggal / Anak ke 1
Alamat Rumah : Jl. Gubeng Kertajaya IX Raya / 12 Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Nirbito
Alamat Rumah/Telepon : Jl. Gubeng Kertajaya IX Raya / 12 Surabaya
Alamat Kantor/Telepon :
Pekerjaan/Jabatan : Wiraswasta/ Pegawai

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN AIRLANGGA I/207 Surabaya tahun 2006
2. Tamat SMP di SMPN NEGERI 6 Surabaya tahun 2009
3. Tamat SMA di SMAN NEGERI 4 Surabaya tahun 2012
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA Surabaya	Jl. Menur Pumpungan no 30 Surabaya	I – VII	2012	

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-



Dibuat dengan sebenarnya

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT penulisan skripsi dengan judul “ Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Velg Motor Pada CV. Morodadi Surabaya” dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan sarjana strata satu (S1) program studi manajemen pemasaran pada perguruan tinggi STIESIA Surabaya.

Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, makadari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr.Akhmad Riduwan, S.E.,M.S.A.,Ak.,CA. selaku Ketua STIESIA Surabaya
2. Ibu Dr. Triyonowati, M.Si. .selaku Ketua Prodi Program S1 Manajemen STIESIA Surabaya
3. Ibu Dr. Anindhya Budiarti, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan serta memberikan semangat sehingga penulisan skripsi dapat terselesaikan
4. Bapak Anang Subardjo.,S.E.,M.M. selaku dosen wali yang selalu membantu selama proses studi di STIESIA Surabaya
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah mengajar selama penulis menjalani masa studi di STIESIA Surabaya
6. Kedua orang tua saya yang telah membesarkan saya dan menguliahkan saya di STIESIA Surabaya
7. Seluruh teman – teman SM 5 angkatan 2012 yang banyak membantu dan memberikan dukungan

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi masih jauh dari kesempurnaan penulisan skripsi dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis, untuk langkah lebih maju penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun.

Pada akhirnya penulis berharap penulisan skripsi ini dapat menambah pengetahuan penulis serta bermanfaat bagi pihak yang terkait.

Surabaya, 31 Agustus 2016

Aldi Wahyu Grigorias

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB 1 : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
BAB 2 : TINJAUAN TEORI DAN HIPOTESIS.....	8
2.1 Tinjauan Teoretis.....	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	9

2.1.3 Unsur Bauran Pemasaran.....	10
2.1.4 Produk.....	11
2.1.5 Harga.....	15
2.1.6 Lokasi.....	19
2.1.7 Promosi.....	22
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	24
2.1.9 Penelitian Terdahulu.....	31
2.2 Rerangka Pemikiran.....	34
2.3 Rerangka Konseptual.....	35
2.4 Perumusan Hipotesis.....	35
BAB 3 : METODA PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi Penelitian...	37
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.3.1 Jenis Dan Sumber Data.....	39
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4.1 Variabel.....	41
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4.3 Variabel Terikat.....	43
3.5 Teknik Analisis Data.....	44
3.5.1 Metode Kuantitatif.....	45
3.5.2 Uji Instrumen.....	45
3.5.3 Uji Asumsi klasik.....	47
3.5.4 Analisis Regresi.....	48
3.5.5 Uji Hipotesis.....	50

BAB 4	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN....	53
4.1	Hasil Penelitian.....	53
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	53
4.1.2	Tujuan Perusahaan.....	54
4.1.3	Lokasi Perusahaan.....	54
4.1.4	Struktur Organisasi.....	55
4.1.5	Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian...	56
4.1.6	Analisis Deskriptif Hasil Penelitian.....	59
4.1.7	Hasil Uji Instrumen.....	70
4.1.8	Hasil Uji Regresi Berganda.....	72
4.1.9	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	74
4.1.10	Hasil Uji Kelayakan Model	78
4.1.11	Hasil Uji Hipotesis.....	80
4.2	Pembahasan.....	81
4.2.1	Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
4.2.2	Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
4.2.3	Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
4.2.4	Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
BAB 5	: PENUTUP.....	84
5.1	Simpulan.....	84
5.2	Saran.....	85
JADWAL PENELITIAN.....		86
DAFTAR PUSTAKA.....		87
LAMPIRAN.....		90

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	56
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4. Kualitas Produk.....	59
5. Desain Produk.....	60
6. Merk Produk.....	61
7. Harga Jual.....	62
8. Harga Produk Pesaing.....	62
9. Kemudahan Mendapatkan Produk.....	63
10. Jangkauan Lokasi.....	64
11. Promosi Melalui Media Visual.....	65
12. Promosi Dengan Cara Tatap Muka.....	66
13. Promosi Dengan Cara Pemberian Hadiah.....	66
14. Adanya Kebutuhan Akan Suatu Produk.....	67
15. Timbulnya Keinginan Terhadap Suatu Produk.....	68
16. Daya Beli Yang Dimiliki Konsumen.....	69
17. Uji Validitas.....	70
18. <i>Reliability Statistic</i>	70
19. Koefisien Regresi.....	71
20. Hasil Uji Multikolinieritas.....	75
21. Hasil Uji F.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Komponen 4P Dalam Bauran Pemasaran.....	11
2. Rerangka Pemikiran.....	34
3. Rerangka Konseptual.....	35
4. Struktur Organisasi CV. Morodadi.....	55
5. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	57
6. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
7. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
8. Gambar <i>normal p-p plot of regression</i>	75
9. Gambar <i>scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas.....	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner
Lampiran 2.	Tabulasi Hasil Kuesioner
Lampiran 3.	Distribusi Frekuensi
Lampiran 4.	Uji Validitas
Lampiran 5.	Output Regression
Lampiran 6.	Kartu Konsultasi Bimbingan
Lampiran 7.	Surat Pengantar Ijin Riset Ke Instansi
Lampiran 8.	Surat Keterangan Selesai Riset
Lampiran 9.	Sertifikat Seminar Metodologi

